

# Inhaltsverzeichnis

<b>A</b>	<b>EINLEITUNG</b>	<b>1</b>
1	PROBLEMSTELLUNG	1
2	ZIELSETZUNG	2
3	METHODISCHER AUFBAU DER ARBEIT	3
<b>B</b>	<b>GRUNDLAGEN</b>	<b>5</b>
	<b>I ALLGEMEINE GRUNDLAGEN</b>	<b>5</b>
1	DIE BEDEUTUNG VON INNERSTÄDTISCHEN GESCHÄFTSZENTREN	5
1.1	Begriffserläuterungen	5
1.2	Qualitäts- und Attraktivitätsmerkmale einer deutschen Innenstadt	6
1.3	Die Aufgabe innerstädtischer Geschäftsbereiche	8
1.4	Wettbewerbsbausteine einer Innenstadt und innerstädtischer Geschäftszentren	9
2	DIE BEDEUTUNG DES EINZELHANDELS FÜR DIE STADTENTWICKLUNG	11
2.1	Allgemeine Entwicklungen im Einzelhandel und ihre Auswirkung auf die innerstädtischen Geschäftsbereiche	11
2.2	Die Auswirkung der Konkurrenz zwischen Einkaufszentren sowie „Neuer“ Verkaufs- und Angebotskonzepte und dem Einzelhandel der Innenstädte auf innerstädtische Geschäftsbereiche	15
3	AUFGABEN, MÖGLICHKEITEN UND PROBLEME DER ÖFFENTLICHEN HAND BEI DER SCHAFFUNG UND BEWAHRUNG ATTRAKTIVER INNERSTÄDTISCHER GESCHÄFTSBEREICHE	18
4	PRIVATISIERUNG ÖFFENTLICHER AUFGABEN, PUBLIC PRIVATE PARTNERSHIP UND PRIVATE INITIATIVE IN DER STADTENTWICKLUNG	23
4.1	Begriffsdefinition	24
4.1.1	Privatisierung	24
4.1.2	Public Private Partnership	24
4.2	Gründe für Privatisierung und Kooperation zur Stärkung innerstädtischer Geschäftsbereiche	25
4.3	Akteure und mögliche Organisationsformen öffentlicher Aufgabenwahrnehmung	26
4.4	Stadtmarketing als eine Form des PPPs und dessen Bedeutung für die Stärkung von innerstädtischen Geschäftsbereichen	29
4.4.1	Der Stadtmarketingbegriff	29
4.4.2	Probleme	31
4.5	Interessengemeinschaften als private Initiative zur Standortaufwertung	31

4.6	Organisationsformen privater Initiativen	33
5	<b>ZWISCHENFAZIT</b>	34
	<b>II SPEZIELLE GRUNDLAGEN</b>	35
1	<b>BUSINESS IMPROVEMENT DISTRICTS IN NORDAMERIKA</b>	35
1.1	Die Grundidee der BIDs	36
1.2	Entstehungshintergrund von BIDs in Kanada	36
1.3	Rechtliche Grundlagen	37
1.4	Die Gründung eines BIDs in Nordamerika	38
1.5	Gebietsabgrenzung / Organisationsstruktur	39
1.6	Die Finanzierung eines BIDs	40
1.7	Inhalte und Funktion von BIDs	42
1.8	Bestehende Probleme bei der Umsetzung und Ausführung von BIDs in Nordamerika	43
2	<b>RAHMENBEDINGUNGEN IN DEN USA IM VERGLEICH ZU DEUTSCHLAND FÜR DIE UMSETZUNG KLASSISCHER BIDS</b>	44
2.1	Die kulturelle Tradition in Amerika und Deutschland	44
2.2	Das Staatsverständnis in Amerika und in Deutschland	45
2.3	Stadtentwicklung und die Steuerungsinstrumente der Stadtplanung in den USA im Vergleich zu Deutschland	46
3	<b>ZWISCHENFAZIT</b>	47
C	<b>MÖGLICHKEITEN UND PROBLEMFELDER BEI DER REVITALISIERUNG UND STÄRKUNG INNERSTÄDTISCHER GESCHÄFTSBEREICHE IN DEUTSCHLAND DURCH BUSINESS IMPROVEMENT DISTRICTS AM BEISPIEL VON HAMBURG UND NORDRHEIN-WESTFALEN</b>	49
	<b>I HAMBURG</b>	50
1	<b>DIE EINFÜHRUNG UND ANWENDUNG VON BIDS IN HAMBURG</b>	51
1.1	Voraussetzungen und Gründe für die Einführung von BIDs	51
1.2	Rechtliche Umsetzung	53
1.3	Ziel und Aufgabe eines BIDs	55
1.4	Der Ablauf eines BIDs in Hamburg	55
1.5	Die Rolle der öffentlichen Hand bei der Durchführung von BIDs	58
1.6	Die Maßnahmen	59
1.7	Organisationsstruktur	59
1.8	Finanzierung	60
1.9	Umsetzungsbeispiele	60
1.9.1	Neuer Wall	61
1.9.2	Bergedorf, BID Sachsentor	68

2	BESONDERE MERKMALE DER BIDS IN HAMBURG	74
	<b>II NORDRHEIN-WESTFALEN</b>	<b>76</b>
1	DIE EINFÜHRUNG UND ANWENDUNG VON BIDS IN NRW	77
1.1	Voraussetzungen und Gründe für die Einführung von ISGen	78
1.2	Rechtliche Umsetzung	79
1.3	Ziele bei der Einführung einer ISG	79
1.4	Finanzierung	80
1.5	Der Ablauf einer ISG in NRW	80
1.6	Die Rolle der öffentlichen Hand bei der Durchführung von ISGen	83
1.7	Die Maßnahmen	83
1.8	Organisationsstruktur	83
1.9	Umsetzungsbeispiele	85
1.9.1	Bochum	86
1.9.2	Castrop-Rauxel	96
2	BESONDERE MERKMALE DER „BIDS“ IN NORDRHEIN-WESTFALEN	105
	<b>III DER VERGLEICH ZWISCHEN BUSINESS IMPROVEMENT DISTRICTS IN HAMBURG UND DEN IMMOBILIEN- UND STANDORTGEMEINSCHAFTEN NORDRHEIN-WESTFALENS UND DEREN BEWERTUNG</b>	<b>107</b>
1	DIE UMSETZUNG DES KANADISCHEN MODELLS IN DEN BEIDEN BEISPIELLÄNDERN UND DEREN AUSWIRKUNG AUF INNERSTÄDTISCHE GESCHÄFTSBEREICHE	107
1.1	Das Hamburger Modell	108
1.2	Das Modell von Nordrhein-Westfalen	109
2	DIE ERFOLGSFAKTOREN EINER ISG BZW. EINES BIDS UND DEREN BEWERTUNGSMABSTAB	110
2.1	Rechtsgrundlage	112
2.2	Finanzierung	113
2.3	Die beteiligten Akteure	114
2.4	Die Inhaltlichen Ausgestaltung einer ISG und eines BIDs	115
2.5	Zusammenfassender Vergleich der Umsetzungsformen	116
	<b>D HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN</b>	<b>119</b>
1	OPTIMIERUNG DES INSTRUMENTES BID	119
2	OPTIMIERUNG DES INSTRUMENTES ISG	120
3	KOMBINATION UND WEITERENTWICKLUNG VON BID UND ISG	120

**E FAZIT**

**127**

**QUELLENVERZEICHNIS**

**129**